

**PENGARUH TERPAAN KAMPANYE STOP SEXUAL VIOLENCE
TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE**

**(Studi Terpaan Video Kampanye “Stop Sexual Violence” pada
Konsumen The Body Shop di Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Veby Asna Alfira Amalia

NIM : 201710040311128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN

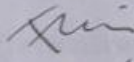
**PENGARUH TERPAAN KAMPANYE STOP SEXUAL VIOLENCE
TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE**
(Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop
di Kota Malang)

Diajukan Oleh :

VEBY ASNA ALFIRA AMALIA
201710040311128

Telah disetujui
Jumat / 29 September 2023

Pembimbing I



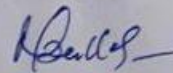
Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Wakil Dekan I



Nasrudin Khatib, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI


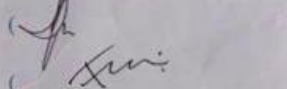

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Veby Asna Alfira Amalia
201710040311128

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 20 September 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nurudin, M.Si ()
2. Rahmania Santoso, M.I.Kom ()
3. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamu Ghazali, S.I.P., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Veby Asna Alfira Amalia
NIM : 201710040311128
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, Dra., M. Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 253 (Hunting)
F. +62 341 450 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 580 600

Kampus III

Jl. Raya Tegayomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2023

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Veby Asna Alfira Amalia
No. Induk Mahasiswa : 201710040311128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, Dra., M. Si.

NIP. 10393090298



Kampus I
Jl. Bankung I Malang Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawati No 158 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 148 (Hunting)
F +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang Jawa Timur
P +62 341 464 218 (Hunting)
F +62 341 403 435
E webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/VIII/ 2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : VEBY ASNA ALFIRA AMALIA
NIM : 201710040311128
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester Tiga belas (13) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, September 2023

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bangkang 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 148 (Hunting)
F +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Hunting)
F +62 341 460 433
E webmaster@umm.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Veby Asna Alfira Amalia
NIM : 201710040311128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PENGARUH TERPAAN KAMPANYE TERHADAP BRAND IMAGE (Studi Terpaan Video
Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Agustus 2023

BB0BB4KX600635450

Veby Asna Alfira Amalia



Kampus I
Jl. Bawakung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 589 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

PENGARUH TERPAAN KAMPANYE TERHADAP BRAND IMAGE (STUDI TERPAAN VIDEO
KAMPANYE STOP SEXUAL VIOLENCE PADA KONSUMEN THE BODY SHOP DI KOTA
MALANG)

Oleh:

Nama : Veby Asna Alfira Amalia

NIM : 201710040311128

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 31 Agustus 2023

Pembimbing I/Promotor

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

NIP. 10393090298



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bandung Sulaem No 158 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 148 (Hunting)
F +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Hunting)
F +62 341 480 435
E webmaster@umm.ac.id

LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Veby Asna A.
NIM : 201910040311128

Hasil Plagiasi : 4/9 5/9

BAB I	12			
BAB II	14			
BAB III	22	15		

	4/9	5/9		
BAB IV	13	16		
BAB V	24	6		
BAB VI				



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 5 September 2023
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki









BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

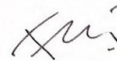
Nama : Veby Asna Alfira Amalia
NIM : 201710040311128
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)
Pembimbing : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Kronologi Bimbingan:

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
23 Februari 2022	Pengajuan ide proposal (ACC)	
4 Juli 2023	ACC Bab I, II, III	
20 Juli 2023	ACC Penelitian	
18 Agustus 2023	ACC Bab IV, V	
21 Agustus 2023	ACC Seminar Hasil	
31 Agustus 2023	ACC Abstrak	

Malang, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu, 26 Agustus 2023 Pukul 15.00 WIB telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Veby Asna Alfira Amalia
NIM	201710040311128
Konsentrasi Studi	Jurnalistik
Judul Proposal	Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)

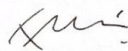
Dihadiri oleh:

1. Dosen Pembimbing: Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si
2. Dosen Penguji: Rahmania Santoso, M.I.Kom
3. 12 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir)

Penyajian dinyatakan **LULUS**

Malang, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Mengetahui,
Dosen Penguji



Rahmania Santoso, M.I.Kom.

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos., M.Si

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

An: **Veby Asna Alfira Amalia** / NIM: **201710040311128**

No.	Nama	NIM
1.	Raafi Gita Fisabilila	201710040311144
2.	Erfinda Pristandia	201710040311142
3.	M. Ikhsan Ramli	201710040311171
4.	Rizky Ayu Lestari	201710040311217
5.	Mila Dewi Istighfara	201710040311168
6.	Cindy Fernanda	201710040311165
7.	Yulvietha Army Puji Bintari	201710040311173
8.	Alya Fatcha	201710040311129
9.	Kemal Dimas Ramadhan	201710040311135
10.	Dimas Wahyu Ilmiawan	201510360311293
11.	Angen Ainur Rohmah	201710040311057
12.	Shafira Maulidya Zahra	201710040311117

Kemudian dari Seminar tersebut, disimpulkan saran perbaikan untuk peneliti:

Item	Komentar
BAB I	- Menyamakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian sesuai dengan judul penelitian
BAB II	- Tidak ada
BAB III	- Tidak ada
BAB IV	- Tidak ada
BAB V	- Tidak ada
Kesimpulan	Perbaikan Minor <input type="checkbox"/> Perbaikan Mayor <input type="checkbox"/> Seminar Ulang <input type="checkbox"/>

ABSTRAKSI

Veby Asna Alfira Amalia 201710040311128
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.
Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video
Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota
Malang)

Dosen Pembimbing: Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si
Kata Kunci : Terpaan Video, Kampanye, Brand Image

ABSTRAK

Kasus kekerasan seksual di Indonesia masih marak terjadi karena kurang adanya payung hukum dan kesadaran masyarakat. The Body Shop terlibat dalam tanggungjawab sosial perusahaan untuk ikut serta mencegah kasus kekerasan seksual. The Body Shop mengkampanyekan “Stop Sexual Violence” melalui sebuah video yang bertujuan mendesak pemerintah untuk disegerakannya pengesahan RUU PKS. Tanggungjawab sosial perusahaan yang telah dilakukan tersebut diharapkan dapat berdampak positif terhadap *brand image* The Body Shop.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan video kampanye Stop Sexual Violence terhadap *brand image* The Body Shop dengan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Metode yang digunakan survei dengan menggunakan angket. Untuk analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana. Subjek penelitian ini adalah konsumen The Body Shop di Kota Malang. Pada hasil *pra-survey* diketahui populasi sebanyak 80 orang yang pernah menonton video kampanye Stop Sexual Violence. Karena jumlah populasi kurang dari 100 maka semua responden tersebut juga menjadi sampel penelitian

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Ini dibuktikan dari hasil uji T yang menyatakan $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $7,265 > 1,990$ dan nilai signifikansi variabel X sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Malang, 31 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing

Peneliti



Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si
NIP : 10393090298

Veby Asna Alfira Amalia
NIM : 201710040311128

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas berkat dan rahmat yang telah dilimpahkan, serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Kampanye Terhadap Brand Image (Studi Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence pada Konsumen The Body Shop di Kota Malang)”. Tak lupa shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang.

Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Selama proses penyusunan ini, peneliti menyadari bahwa pada penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bekal ilmu pengetahuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materiil. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya bagi saya dalam menempuh pendidikan serta memberikan banyak kemudahan, kekuatan dan kesabaran dalam proses penyusunan dan penelitian ini dari awal hingga mampu untuk menyelesaikan.
2. Kedua orang tua saya, Papa Moch. Asror dan Mama Ernawati yang secara langsung maupun tidak langsung menjadi motivasi terbesar peneliti untuk menyelesaikan pendidikan serta tugas akhir ini. Terima kasih sebesar-besarnya

atas doa baik, dukungan finansial serta perhatian dan kasih sayang yang selalu diberikan dan tidak pernah terputus.

3. Bapak Dr. H. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, dan Bapak Nasrullah, S.sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang beserta jajarannya telah menyediakan fasilitas pembelajaran.
4. Seluruh dosen, staff dan karyawan Ilmu Komunikasi yang memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Ibu Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing saya serta memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Teman-teman peneliti Shafira Maulidya Zahra, Dwi Yusrika Tautin, Raafi Gita Fisabila, M. Ikhsan Ramli, Adinda Shasqia Alike Putri, Alya Fatcha, Cindy Fernanda, Mila Dewi Istighfara, Ridha Hanifah Zahra, dan juga warga Tokopi Makmur tempat peneliti bekerja yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mendengarkan dan membantu peneliti dalam masa kesulitan selama proses penyusunan skripsi sehingga peneliti mendapat ilmu dan banyak kemudahan hingga saat ini.
7. Seluruh pihak, keluarga, sahabat dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti atas dukungan dan doa baik yang telah diberikan kepada peneliti.

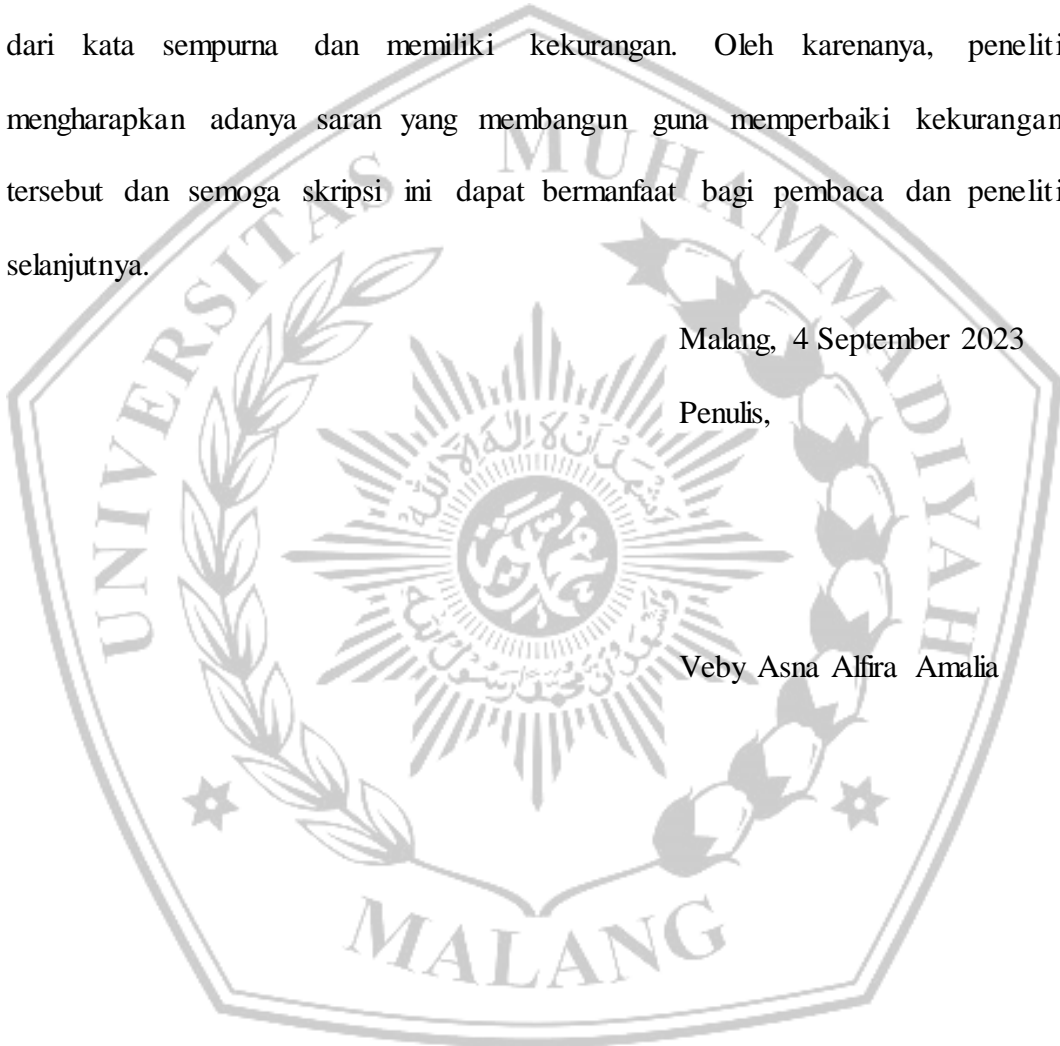
8. Terakhir teruntuk diri sendiri, terima kasih banyak untuk tetap sabar, mau berjuang untuk menyelesaikan kewajiban pendidikan terakhirnya, dan terima kasih telah kuat dan berdamai dengan diri sendiri dalam proses yang penuh dengan lika-liku ini.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa peneliti masih jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan adanya saran yang membangun guna memperbaiki kekurangan tersebut dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Malang, 4 September 2023

Penulis,

Veby Asna Alfira Amalia



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iv
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	v
LEMBAR ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Model Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.3 Media Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2 Kampanye.....	14
2.2.1 Definisi Kampanye.....	14
2.2.2 Tujuan Kampanye.....	15

2.3 Corporate Branding	15
2.4 Brand Image	18
2.4.1 Definisi Brand Image	18
2.4.2 Indikator Brand Image	19
2.4.3 Dimensi Pembentuk Brand Image	19
2.5 Terpaan Media	21
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Definisi Konseptual	24
2.8 Definisi Operasional	25
2.9 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitan	29
3.2 Tipe dan Dasar Penelitan	29
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Uji Keabsahan Data	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1 Uji Normalitas	34
3.8 Teknik Analisis Data	35
3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana	35
3.8.2 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	36
3.9 Uji Hipotesis	36
3.9.1 Uji T	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Responden	38
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	40
4.2.1 Uji Validitas	40
4.2.2 Uji Reliabilitas	42
4.3 Sajian Data	43

4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Pada Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence.....	43
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Pada Terpaan Video Kampanye Stop Sexual Violence.....	50
4.4 Uji Normalitas	59
4.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
4.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	62
4.7 Uji T	63
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68
5.2.2 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Infografis Kasus Kekerasan Seksual 2



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Variabel (X)	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Melihat Video Kampanye “Stop Sexual Violence” Muncul di Berbagai Platform.....	44
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Menonton Video Kampanye “Stop Sexual Violence” di Berbagai Platform	44
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Menonton Video Kampanye “Stop Sexual Violence” dari Awal Hingga Akhir Video	45
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Menonton Lamanya Video Kampanye “Stop Sexual Violence”	46
Tabel 4.9 Frekuensi Responden Membaca Deskripsi Pada Video Kampanye “Stop Sexual Violence” Dari Awal Hingga Akhir Video	47
Tabel 4.10 Frekuensi Responden Memperhatikan Dengan Baik Isi Video Kampanye “Stop Sexual Violence”	47
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Memperhatikan Video Kampanye “Stop Sexual Violence” Dari Awal Hingga Akhir	48
Tabel 4.12 Frekuensi Responden Memahami Isi Video Kampanye “Stop Sexual Violence” Dengan Baik.....	49
Tabel 4.13 Frekuensi Responden Ketertarikan Dengan Pesan Yang Jelas Dari Video Kampanye “Stop Sexual Violence”	49
Tabel 4.14 Frekuensi Responden Mudah Mengenali Logo The Body Shop	50
Tabel 4.15 Frekuensi Responden Dapat Membedakan Warna Yang Dimiliki Oleh The Body Shop Dengan Merek Produk Kecantikan Dan Kosmetik Lainnya.....	51
Tabel 4.16 Frekuensi Responden Mudah Mengenali Merek The Body Shop Dari Slogan/Tagline	52
Tabel 4.17 Frekuensi Responden Mudah Mengenali Logo The Body Shop Hanya Dengan Melihat Kemasan Produknya.....	53
Tabel 4.18 Frekuensi Responden The Body Shop Merupakan Brand Kecantikan Dan Kosmetik Yang Mencerminkan Wanita Berjiwa Sosial Tinggi	53
Tabel 4.19 Frekuensi Responden The Body Shop Merupakan Brand Kecantikan Dan Kosmetik Yang Sangat Peduli Terhadap Perempuan.....	54
Tabel 4.20 Frekuensi Responden The Body Shop Merupakan Brand Kecantikan Dan Kosmetik Yang Sesuai Dengan Generasi Muda.....	55
Tabel 4.21 Frekuensi Responden The Body Shop Merupakan Brand Kecantikan Dan Kosmetik Yang Peduli Akan Isu-Isu Sosial	55
Tabel 4.22 Frekuensi Responden The Body Shop Merupakan Brand Kecantikan Dan Kosmetik Yang Lebih Gencar Mengkampanyekan Isu Kekerasan Seksual .	56

Tabel 4.23 Frekuensi Responden Memiliki Kesan Yang Baik Terhadap The Body Shop.....	57
Tabel 4.24 Frekuensi Responden Percaya Brand The Body Shop Lebih Unggul Dari Brand Produk Kecantikan Dan Kosmetik Lainnya	58
Tabel 4.25 Frekuensi Responden Merasa Ikut Peduli Terhadap Isu Kekerasan Seksual Yang Dikampanyekan The Body Shop	58
Tabel 4.26 Frekuensi Responden Merasa Ikut Memiliki Kebiasaan Untuk Mendaur Ulang Barang Yang Sudah Dipakai	59
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	60
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	61
Tabel 4.29 Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.30 Hasil Uji T	64



DAFTAR PUSTAKA

- (2023, Maret 7). Retrieved from Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2023: komnasperempuan.go.id
- Aaker, D. A. (2004). Leveraging the Corporate Brand. *California Management Review*, 6-18.
- Abdi, T. D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Celebrity Endoser Babe Chabita dan Mharsel Widiyanto pada Instagram Terhadap Penguatan Brand Image Produk Perawatan Kulit. *Jurnal Komunikasi*.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Damayanti, D. (2017). Corporate Branding Coworking Space di Bandung. *Edutech*, 122-139.
- Farid, & Faridha, S. (2017). Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 134-156.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Pers.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Penerbit Erlangga.
- Hikmatiar, M., Saepuloh, U., & Ma'arif, A. A. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran dalam Menjalin Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 47-69.
- Ihsan, M. (2016). Pengaruh Terpaan Media Internet dan Pola Pergaulan terhadap Karakter Peserta Didik. *Tsamrah al-Fikri*, 103-120.
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2018). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 291-297.
- Krisyanti, VOS, I., & Prilianti, A. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenspaceID). *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 40-51.
- Machmud, M. (2018). *Tuntutan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 71-83.

- Mustika, R., Elli, & Ilfandy, I. (2017). Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers di Indonesia (Studi pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta). *e-Proceeding of Management*, Vol.4, No.1.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 471-484.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi, Ed. Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sampurno, M. (2022, Agustus 30). *Meningkat, Kasus Kekerasan Seksual*. Retrieved from Jawapos.com: <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/811086638/meningkat-kasus-kekerasan-seksual>
- Santika, E. F. (2023, Februari 3). *Databoks: Demografi*. Retrieved from Databoks: www.databoks.katadata.co.id
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 74-85.
- Suryati, Junaidi, H. M., & Nuraini, A. (2016). Efektivitas Model Pembelajaran Group Investigation Berbantuan Media Power Point dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran UNTAN 5.2*.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 113-123.
- The Body Shop. (2021). *1 Tahun perjuangan Menghapus Kekerasan Seksual*. Retrieved from www.tbsfightforsisterhood.co.id.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategik Pemasaran*. Andi Offset.
- Universitas Negeri Yogyakarta. (n.d.). Retrieved from http://staffnew.uny.ac.id/upload/198606242015042003/pendidikan/KAMP_ANYE_APA%20DAN%20UNTUK%20APA.pdf.
- Winarni. (2003). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.